



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMICS

FINANCOVÁNÍ PODNIKATELSKÝCH AKTIVIT

FINANCING OF BUSINESS ACTIVITIES

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Karolína Srbová

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2021

Zadání bakalářské práce

Ústav: Ústav ekonomiky
Studentka: **Karolína Srbová**
Studijní program: Ekonomika podniku
Studijní obor: bez specializace
Vedoucí práce: **Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.**
Akademický rok: 2020/21

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Financování podnikatelských aktivit

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem této bakalářské práce je založení nového podniku, který se specializuje na prodej sendvičů a baget. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy podnik, podnikatel, podnikání a podnikatelský plán. Dále jsou uvedeny jednotlivé právní formy podnikání a podmínky, které musí zakladatel podniku splňovat. Před založením podniku je důležité mít rozvržené finance v poměru vlastních zdrojů ku cizím. Fungování podniku ovlivňuje vnitřní a vnější okolí, které se vyhodnocuje různými druhy analýz v závislosti na druhu okolí – SWOT analýza, Porterův model, PEST analýza nebo také marketing. Praktická část se zabývá samotným postupem založením společnosti s ručením omezeným, která nese název SandBag s.r.o.

Základní literární prameny:

MAREŠ, Stanislav. Zdroje financování podniku. Vyd. 2. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2008. Eupress. ISBN 978-80-86754-12-3.

SCHOLLEOVÁ, Hana. Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0413-0.

SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1992-4.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. Podniková ekonomika. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2020/21

V Brně dne 28.2.2021

L. S.

prof. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
ředitel

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá založením společnosti s ručením omezeným. Práce je složena z teoretické a praktické části. V teoretické části jsou objasněny základní pojmy spojené s tématem. Praktická část se zabývá analýzou prostředí a sestavením počátečních výdajů podnikatele.

Abstract

Bachelor thesis deals with the establishment of a limited liability company. The thesis consists of theoretical and practical parts. The theoretical part clarifies the basic concepts associated with the topic. The practical part deals with the analysis of the environment and the compilation of the initial expenses of the entrepreneur.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, podnik, podnikatel, SWOT, Porterův model pěti sil

Key words

Business plan, business, entrepreneur, SWOT analysis, Porter's five forces analysis

Bibliografická citace

SRBOVÁ, Karolína. *Financování podnikatelských aktivit* [online]. Brno, 2021 [cit. 2021-05-17]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/135364>.
Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav ekonomiky. Vedoucí práce Tomáš Heralecký.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně.
Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a že jsem ve své práci neporušil/a práva
(ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem
autorským).

V Brně dne 16. května 2021

.....

podpis studenta

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu Ing. Tomáši Heraleckému Ph.D. za vedení mé bakalářské práce a jeho cenné rady.

OBSAH

Úvod	18
Cíl práce, metody a postup řešení	19
1 Teoretická východiska práce	20
1.1 Podnikatelský záměr	20
1.2 Základní pojmy a typologie podniku	21
1.2.1 Podnikání	21
1.2.2 Podnik	21
1.2.3 Podnikatel	21
1.2.4 Finanční řízení	22
1.2.5 Pravidla financování	22
1.3 Podnikání fyzické osoby	23
1.3.1 Druhy živností	24
1.4 Podnikání právnické osoby	25
1.4.1 Osobní společnosti	25
1.4.2 Kapitálové společnosti	26
1.5 Analýza okolí podniku	28
Externí analýza	29
1.5.1 PEST analýza	29
1.5.2 Metoda 4C	29
1.5.3 Porterův model pěti sil	30
Interní analýza	31
1.5.4 Model tvorby konkurenční výhody	31
1.6 SWOT analýza	32
1.7 Marketing	32
1.7.1 Product	33

1.7.2	Price.....	33
1.7.3	Promotion	33
1.7.4	Place	33
1.8	Majetek podniku a jeho financování	35
1.8.1	Majetková struktura podniku	36
1.8.2	Kapitálová struktura podniku	38
1.9	Finanční analýza	46
2	Analýza současné situace.....	48
2.1	PEST analýza.....	48
2.2	Porterův model pěti sil	49
2.2.1	Konkurenční boj.....	49
2.2.2	Hrozba vzniku substitutů.....	49
2.2.3	Smluvní síla kupujících	49
2.2.4	Smluvní síla dodávajících.....	49
2.3	SWOT analýza	50
2.4	Analýza trhu.....	51
3	Vlastní návrhy a řešení	52
3.1	Právní forma podnikání	52
3.2	Základní údaje o společnosti.....	54
3.2.1	Vybavenost restaurace.....	54
3.3	Organizační struktura restaurace.....	57
3.4	Marketing.....	58
3.5	Financování.....	59
	Závěr.....	63
	Seznam použité literatury	64
	Seznam obrázků	67

Seznam tabulek	68
----------------------	----

Úvod

Podnikatelské subjekty jsou zakládány za účelem poskytování zboží a služeb, výsledkem je dosažení zisku. Pojem podnikání a s tím spojené výrazy upravuje občanský zákoník a živnostenský zákon. Při zakládání podniku je důležité si určit, jak velkou obchodní jednotku plánujeme založit, zda budeme podnikat na základě živnosti nebo založíme jednu z kapitálových společností. Podle velikosti jednotky se odvíjí potřebné množství kapitálu. Podnik při financování svých aktivit může využívat finanční zdroje, které pochází přímo od podnikatele, tj. vlastní zdroje, nebo finance, které jsou poskytnuté od někoho jiného, ať už banky či jiného subjektu, tzv. cizí zdroje.

Finance podniku vyjadřují pohyb peněžních prostředků, ať už kapitálových nebo finančních, v podniku. Finance podniku (finanční řízení) mají za úkol určit potřebnou výši vkládaného kapitálu, jeho poměr vlastních a cizích zdrojů, rozdělení kapitálu mezi podnikový majetek a v neposlední řadě rozděluje dosažený výsledek hospodaření po zdanění a tím rozhoduje, jaká jeho čistá část bude reinvestována nebo rozdělena mezi majitele.

V bakalářské práci budou rozebrány jednotlivé druhy podnikání počínaje živností provozovanou fyzickou osobou až po provozování družstva právnickou osobou.

Praktická část se skládá z postupu založení společnosti s ručením omezeným, sestavení rozpočtu pro koupi potřebného dlouhodobého majetku a nejvýhodnější varianty poměru vlastních a cizích zdrojů.

Cíl práce, metody a postup řešení

Cílem této práce je zpracovat postup založení kapitálové společnosti – společnosti s ručením omezeným. Společnost bude nést název SandBag s.r.o. spojený ze zkratk anglických slov sandwich a baguette. SandBag se bude zaměřovat na výrobu a prodej sendvičů a baget. Zákazníci si budou moci koupit již předpřipravené výrobky nebo si sestavit své vlastní. Objednávky budou probíhat pomocí dotykových panelů, kde bude na výběr druh pečiva a doplňkové suroviny.

Formou rychlého občerstvení se stravuje stále mnoho lidí, kteří nemají čas si vařit nebo tráví více času mimo domov. Spojení sendvičů a baget poskytuje výhodu oproti ostatním konkurenčním podnikům. Konkurencí je zejména Bageterie Boulevard a.s., kde se nabídka skládá z jen baget, polévek, salátů a nápojů. Druhým významným konkurentem je franšíza Subway, která nabízí jen sendviče a doprovodné produkty. Subway se ovšem nenachází v každém městě, je tudíž založení společnosti poskytující sendviče konkurenční výhodou.

Práce se dělí na několik částí, počínaje teoretickými východisky práce, kde jsou rozebrány základní pojmy, typologie právních forem a podmínky, které podnikatel musí splňovat, aby jeho firma mohla vzniknout. Dále je v teoretické části popsána analýza vnějšího a vnitřního okolí podniku – PEST analýza, Porterův model pěti sil, SWOT analýza. Teoretickou část zakončuje kromě rozdělení majetku podniku na majetkovou a kapitálovou strukturu a jejich popis i úvod do finanční analýzy.

Práce bude řešena pomocí následujících metod a těmi jsou analýzy, syntézy, dedukce a indukce. Analýzou se rozumí rozebrání celku na jednotlivé dílčí části, syntéza spojuje dohromady poznatky získané z analýzy. Dedukce a indukce spolu úzce souvisí. Při dedukci se dostáváme od velmi obecného jevu k podstatě zkoumání, zatímco u indukce je to naopak – od nejpodstatnějšího jevu se lze dostat k jevu obecnému. (1)

1 Teoretická východiska práce

Teoretická část práce je zaměřena na pojmy týkající se podnikatelského plánu, právních pojmů v oblasti podnikání a rozdělení podnikání na fyzické a právnické osoby. Ekonomická část se zabývá analýzou okolí podniku a marketingovým mixem.

1.1 Podnikatelský plán

Každý podnikatel, ať už podnikající ve formě fyzické nebo právnické osoby, by si měl na začátku podnikání sestavit podnikatelský záměr, ve kterém si stanoví cíle, který chce dosáhnout a jak jich bude dosaženo. Součástí podnikatelského záměru, nebo také plánu, by měla být i jakási představa o finančních zdrojích, které podnikatel využije k financování svých aktivit ale také jako zdroj pro bankovní i nebankovní instituce, které na základě rozvržení finančních zdrojů zhodnotí schopnost splácet závazky a další poplatky. Jde o strategii, kterou se podnik řídí a snaží se jí držet v průběhu podnikání. Jedním z účelů sestavení podnikatelského plánu je ukázat potenciálním investorům, v čem je podnik lepší než ostatní a proč se do něj vyplatí investovat. Ukazuje tedy předpoklad vývoje podniku a budoucí vize. Struktura podnikatelského plánu se dá rozvrhnout na 5 částí:

- základní informace o podnikateli a podniku (název podniku a případná historie, krátký popis výrobků a výrobního programu),
- výhody výrobků oproti konkurenci, odvětví, ve kterém podnik působí
- marketing (plán na vývoj ceny výrobku),
- plán výroby (rozsah a využití výrobní kapacity, zaměření se na použité technologie),
- finanční plán (důležitá součást plánu, zahrnuje potřebnou výši kapitálu, podíl stálého a oběžného majetku, ...). (2)

1.2 Základní pojmy a typologie podniku

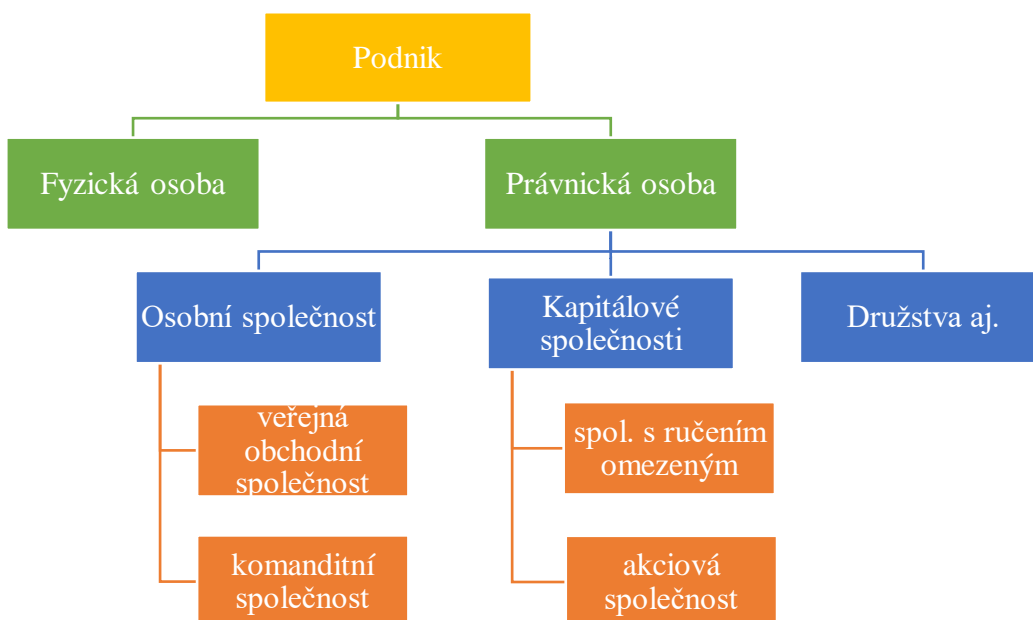
Nejprve je potřeba definovat pojmy jako podnik, podnikatel, podnikání, finanční řízení a pravidla financování.

1.2.1 Podnikání

Živností se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (3)

1.2.2 Podnik

Podnikem se rozumí soubor hmotných a nehmotných věcí k podnikání. Věci, práva a další majetkové hodnoty náležící k podniku patří podnikateli a slouží k provozování podniku. (3)



Obrázek 1: Základní typologie podniku v ČR.

(zdroj: Finance podniku: Podnik a jeho poslání, Žižlavský Ondřej)

1.2.3 Podnikatel

Osoba zapsaná v obchodní rejstříku, podniká na základě živnostenského nebo jiného oprávnění, uzavírá smlouvy související s obchodní, výrobní nebo podobnou činností, samostatně vykonává své povolání a jedná svým jménem nebo na účet podnikatele. (4)

1.2.4 Finanční řízení

Finanční řízení je zdrojem informací a reguluje podnikové činnosti. Stará se o dostatek finančních prostředků, zpřesnění nákladových položek a o ekonomické přizpůsobení potřebám podniku. Složky finančního řízení jsou následující:

- controlling – má za úkol kontrolovat, jakým směrem se podnik ubírá, zhodnocuje, zda je směr zamýšleným cílem a pokud ne, navrhuje, jak dosáhnout stanovených cílů,
- účetnictví – sleduje stav a pohyb majetku firmy, jak je majetek financován, peněžní toky, ziskovost; každý případ, který v podniku nastane musí být doložen účetním dokladem (tzv. důkazní funkce),
- řízení výkonnosti – propojení cílů s podnikovou strategií. (5)

1.2.5 Pravidla financování

Doporučení pro vzájemný vztah mezi některými složkami aktiv a pasiv. (6)

Zlaté bilanční pravidlo: dlouhodobý majetek by měl být financován pouze z vlastního kapitálu a cizího dlouhodobého a oběžný (krátkodobý) majetek z krátkodobých zdrojů. V praxi tato situace ale většinou nenastává. Některé podniky využívají konzervativní způsob financování, hradí tedy oběžný majetek dlouhodobým kapitálem. Opakem je způsob agresivní, u které se dlouhodobá aktiva financují oběžným majetkem. Agresivní způsob je rizikový, ale také levnější – například při nákupu stroje podnik doufá, že si vydělá prodejem výrobků ze stroje na splátku úvěru. (6)

Pravidlo vyrovnaní rizika: vlastní zdroje mají převyšovat cizí zdroje. Pro splnění zlatého bilančního pravidla a pravidla vyrovnaní rizika je potřeba, aby podnik disponoval větším množstvím dlouhodobého majetku než krátkodobého. Velké podniky většinou splňují obě pravidla, ale malé podniky mají více krátkodobého majetku (zásoby, pohledávky). (6)

Pari pravidlo: zpřesňuje kritéria zlatého bilančního pravidla a to tak, že doporučuje využívat tolik vlastního kapitálu (spíše méně), kolik může podnik uložit do dlouhodobého majetku. (6)

Růstové pravidlo: podnik by neměl investovat rychleji, než mu rostou tržby. Investovat kapitál do majetku, který nenese tržby je bezpředmětné. (6)

Zlaté pravidlo financování: jednotlivé složky majetku by měly v podniku sloužit minimálně po dobu, po kterou je daný majetek v podniku vázán (do splacení úvěru, do konce doby pronájmu atp.). (7)

Pravidlo jedna ku jedné: výše krátkodobého finančního majetku by neměla být nižší než krátkodobé cizí zdroje. (7)

Pravidlo dva ku jedné: oběžný majetek by měl být dvakrát tak větší než krátkodobé cizí zdroje. (7)

1.3 Podnikání fyzické osoby

Podle Zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (dále jen ŽP) je živnost definována jako soustavná činnost, která je provozována samostatně vlastním jménem podnikatele, na jeho odpovědnost a za účelem dosažení zisku. Zákon poměrně podrobně vymezuje, jaké činnosti jsou považovány za živnost a jaké ne. Fyzická osoba, která chce provozovat živnost musí být svéprávná a bezúhonná (§ 6 odst. 1 ŽP). Pro provozování zvláštní formy živnosti je dále potřeba odborná či jiná způsobilost. Existují dva druhy živnosti, a to ohlašovací a koncesovaná. Ohlašovací živnost smí být provozována za předpokladu splnění stanovených podmínek a na základě ohlášení a koncesovaná na základě koncese. Fyzickým osobám vzniká živnostenské oprávnění u ohlašovacích živností dnem ohlášení a u koncesovaných živností dnem nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese. Výjimky udělení oprávnění jsou uvedeny v § 47 odst. 5 věta druhá, § 47 odst. 6 až 8 a v § 54 odst. 3 ŽP. Záměr provozovat živnost je fyzická osoba povinna oznámit živnostenskému úřadu. (3)

Živnost je podnikání jednotlivce, kde je velkou výhodou potřeba menšího kapitálu, zásahy ze strany státu jsou minimální – je tedy určitá volnost. Nevýhodou je ovšem ručení podnikatele za dluhy v plném rozsahu vlastním majetkem a omezená doba životnosti firmy, která závisí na délce života majitele (2) .

Z daňového pohledu, pokud má podnikatel za 12 předcházejících měsíců obrát přes 1 mil. Kč, má povinnost stát se plátcem DPH, jinak je přihlášení k DPH dobrovolné (8). Živnost se dále dělí podle předmětu podnikání, a to na obchodní, výrobní a živnost poskytující služby.

1.3.1 Druhy živností

Ohlašovací živnost:

- řemeslná živnost
 - pro provozování řemeslné živnosti je potřeba mít odbornou způsobilost, která se prokazuje doklady o řádném ukončení středního vzdělání výučním listem nebo maturitní zkouškou, vysokoškolského nebo vyššího odborného vzdělání, uznáním odborné kvalifikace a získáním všech profesních kvalifikací,
 - další podmínky uznání odborné způsobilosti jsou uvedeny v § 22,
 - řemeslné činnosti jsou uvedené v Příloze č. 1 Zákona č. 455/1991 Sb., příkladem je řeznictví, hostinská činnost, kosmetické služby, truhlářství, aj. (3)
- vázaná živnost
 - podmínky odborné způsobilosti a výpis vázaných živností jsou uvedeny v Příloze č. 2 Zákona č. 455/1991 Sb.,
 - geologické práce, zpracování tabáku, výroba nebezpečných chemických látek, autoškola, aj. (3)
- volná živnost
 - pro provozování poslední z ohlašovacích živností není zákonem vyžadováno prokázání odborné způsobilosti, stačí splnit všeobecné podmínky podle § 6 odst. 1,
 - obory činností, které spadají do volné živnosti jsou uvedeny v Příloze č. 4 Zákona 455/1991 Sb. (3)

Koncesovaná živnost:

- odborná způsobilost a druhy koncesovaných živností jsou uvedeny v Příloze č. 3 Zákona 455/1991 Sb.,
- provozována na základě koncese neboli povolení,
- příkladem koncesované živnosti je výroba lihu, výroba zbraní a střeliva, výroba a zpracování paliv, aj. (3)

1.4 Podnikání právnické osoby

Podmínky obchodních korporací upravuje Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních společnostech a družstvech. Obchodní korporace se dělí na osobní a kapitálové společnosti. Mezi osobní se řadí komanditní a veřejná obchodní společnost, kapitálovou společností je společnost s ručením omezeným, akciová společnost, družstvo. Založení takové společnosti zajišťuje společenská smlouva a v případě jednoho zakladatele zakladatelská listina ve formě veřejné listiny. Korporace vzniká zápisem od obchodního rejstříku. Zakládající společníci mají v některých případech povinnost vložit počáteční vklad do podniku. Tato povinnost platí pro společnost s ručením omezeným a akciovou společnost, kde vklad tvoří jmenovitá hodnota akcie a částečně pro komanditní společnost. U veřejné obchodní společnosti je základní kapitál dobrovolný. (9)

V následujících podkapitolách budou rozebrány základní charakteristiky jednotlivých právních forem podnikání, vkladová povinnost, počet členů, možnosti financování aj.

1.4.1 Osobní společnosti

Jedná se o společnosti, které jsou vytvořeny a vlastněny dvěma nebo více osobami, které se mezi sebou dělí o zisk, jsou odpovědné za případné ztráty a osobně se podílí na podnikání. (2)

1.4.1.1 Veřejná obchodní společnost:

Veřejnou obchodní společnost zakládají alespoň dvě osoby, které ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně. Účastní se na správě majetku podniku a na samotném podnikání. Název společnosti musí být doplněn o jednu z možných zkratk a to „veř. obch. spol.“ nebo „v.o.s.“. Jedná se o právnickou osobu, která se zapisuje do obchodního rejstříku. Vklad společníků tvoří peněžité i nepeněžité položky. Statutárním orgánem jsou všichni společníci, pokud společenská smlouva neuvádí jiné. (2)

1.4.1.2 Komanditní společnost:

Stejně jako v předchozím případě je povinnost mít označení příslušnou zkratkou „k.s.“ či „kom. spol.“ za názvem společnosti. Počet zakládajících členů je minimálně dva nebo více. Společník, který má povinnost vložit počáteční vklad, ručí do výše nesplaceného vkladu a nekryje ztrátu se nazývá komanditista. Druhým společníkem je komplementář,

který má stejné postavení jako společník u v.o.s. – nemá povinnost vkladu a ručí neomezeně. Řízení firmy připadá komplementářům, komanditisté mají jen kontrolní funkci. (2)

1.4.2 Kapitálové společnosti

Společníci kapitálové společnosti se zpravidla nepodílejí osobně na řízení, ale mají kapitálovou povinnost. Jménem společníků jedná k tomu zřízený orgán.

1.4.2.1 Společnost s ručením omezeným

Může být založena jak právnickou, tak i fyzickou osobou. Minimální počet zakladatelů je jedna osoba a povinnost počátečního vkladu je zákonem stanovena na 1 Kč, vklad může být stejně jako v předchozích případech peněžitý a nepeněžitý – oceněný znalcem. Společníci ručí za dluhy společnosti společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. (9)

„Spol. s r.o.“ nebo „s.r.o.“ je nejrozšířenější a nejoblíbenější právní formou pro snadné založení. Nejvyšším orgánem je valná hromada, která rozhoduje o obsahu společenské smlouvy, výši základního kapitálu, odvolání jednatele/dozorčí rady, schvaluje účetní závěrku a rozhoduje o zrušení společnosti. (9)

Aby bylo možné založit s.r.o., je nutné dodržet následující kroky:

- sepsání společenské smlouvy,
- získání živnostenského oprávnění,
- založení bankovního účtu,
- zápis do obchodního rejstříku.

Ve společenské smlouvě se uvádí název podniku, sídlo, výše základního kapitálu a jednotlivé podíly, předmět podnikání, základní údaje o společnících a jejich počet, způsob ručení. Smlouva musí být podepsána u notáře za poplatek a musí být ověřeny podpisy.

Živnostenské oprávnění lze získat na příslušném živnostenském úřadě, kde se předloží kopie společenské smlouvy, pověřená osoba doloží doklady prokazující odbornou způsobilost v oboru, dále výpis z katastru nemovitostí a smlouvu o pronájmu obchodních prostor. Zápis do obchodního rejstříku se provádí na krajském úřadě a po provedení zápisu je nutné podat přihlášku k daňovému úřadu. (10)

1.4.2.2 Akciová společnost

Podle Zákona č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích je základní kapitál akciové společnosti rozvržen na určitý počet akcií v nominální hodnotě alespoň 2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR. (9) „Akciovku“ je vhodné založit, pokud máme větší počet společníků s velkým majetkem. Povinností společnosti je zacházet s každým akcionářem (ten, kdo vlastní akcie společnosti) stejně a bez rozdílu. Stejně jako u s. r. o. má společník právo hlasovat na valné hromadě a podílet se na zisku (dividenda). Akcie představují cenný papír, který vyjadřuje podíl akcionáře na celkovém kapitálu společnosti. Akcie tvoří buď záznam v elektronické evidenci (zaknihovaný cenný papír) nebo se jedná o listinu ve fyzické podobě. U akcií, kde je jasně uvedeno, kdo je vlastní a mohou se neomezeně převádět, mluvíme o akci na řad/na jméno. Opakem je akcie na doručitele/na majitele, kterou nelze neomezeně převádět a tyto akcie mohou být pouze ve formě zaknihovaného cenného papíru. Akcionáři vlastní akcie kusové nebo se jmenovitou hodnotou. Kusové akcie představují stejné podíly na kapitálu a akcie se jmenovitou hodnotou vyjadřují podle uvedené hodnoty podíl. Tyto dva druhy nemohou být vydávány současně. Pokud se chce akcionář podílet na likvidačním zůstatku společnosti, musí vlastnit akcie prioritní. Kmenové akcie nejsou spojeny s žádným právem. Každý z akcionářů má povinnost vkladu a hlasovací právo ve valné hromadě. (11)

Akciová společnost je velmi dobře vnímána obchodními partnery pro svoji solidnost a stabilitu vzhledem k vysokému počátečnímu kapitálu.

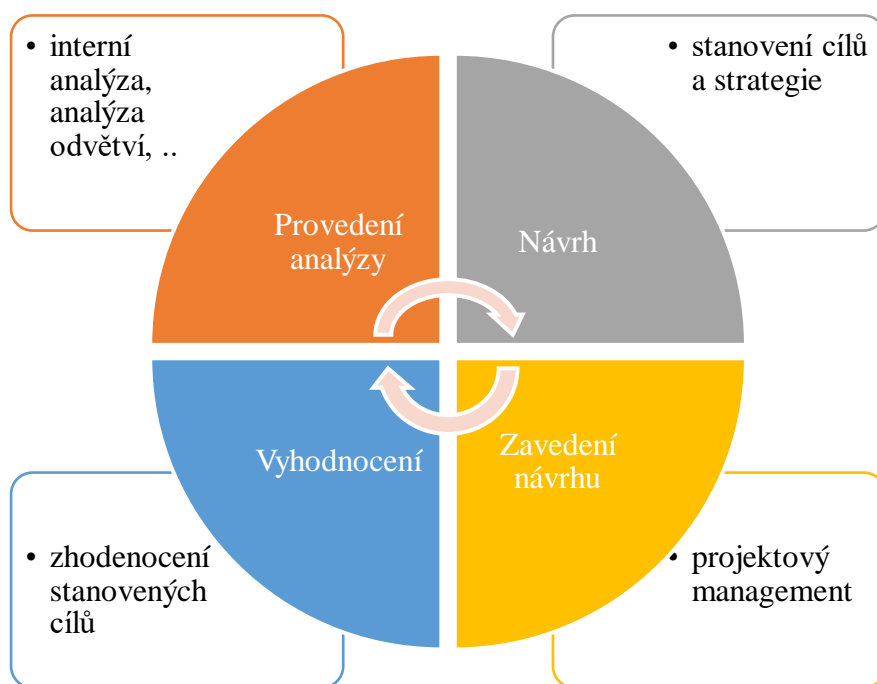
1.4.2.3 Družstvo

Jde o právní formu, kdy není hlavním cílem vytvoření zisku, ale poskytování užitku svým členům. U této právní formy je stanoven minimální počet členů a to 3, maximální počet není stanoven. Stejně jako u předchozích forem je nutné, aby název družstva obsahoval název „družstvo“. Namísto společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny sestavuje družstvo stanovy. Zakládá se ustanovením členské schůze, kterou svolává svolavatel, který vypracuje návrh stanov. Za zakladatele družstva je považována každá osoba, která podala přihlášku svolavatel, který přihlášku schválil a zakladatel splatil vklad. Členství vzniká založením družstva nebo později přijetím příslušného orgánu družstva. Členové družstva nemají zpravidla podíl na zisku. Nejznámějším příkladem družstva je bytové družstvo nebo zemědělské družstvo. (9)

1.5 Analýza okolí podniku

K zajištění prosperity a dlouhodobého rozvoje podniku slouží proces strategického řízení. Strategické řízení se dá považovat za rovnováhu mezi cíli a zdroji podniku a mezi měnícími se tržními příležitostmi. Jedním z cílů strategického řízení podniku je získání konkurenční výhody oproti ostatním podnikům, které provozují svoji činnost v podobném nebo stejném odvětví. Se strategickým řízením úzce souvisí i pojmy jako poslání, vize a strategie. Posláním se rozumí vztah k zainteresovaným stranám, jako jsou zaměstnanci, vlastníci a další. Vize je dlouhodobá představa o fungování podniku. Strategie stanovuje podmínky a cíle, kterých má být dosaženo pomocí strategického řízení a umožňují rozvoj podniku. Každý cíl, který si podnik stanoví by měl být SMART. Písmeno S jako specifický, M jako měřitelný, A představuje přijatelnost, R jako reálný a T vyjadřuje schopnost splnit cíl v určitém čase, který si podnik stanovil.

Proces tvorby strategického řízení je uveden na Obrázek 2. (12)



Obrázek 2: Proces strategického řízení.

(zdroj: Strategická analýza, Sedláčková Helena a Karel Buchta)

Základní dva úkoly, které strategická analýza má jsou tyto:

- Analýza okolí podniku – externí analýza
- Analýza podniku samotného – interní analýza

Externí analýza podniku se zabývá zkoumáním informací jak z okolí, tak i z podniku, které by mohli ohrozit jeho strategickou pozici. Vyhodnocuje konkurenční příležitosti, hrozby a slabé stránky podniku, které ovlivňují okolní podnikatelské subjekty. Okolí se rozděluje na mikro a makro okolí. (12)

Makrookolí vzniká mimo podnik a podnik ho nemůže nijak ovlivňovat, jen se připravit na případné situace, které mohou nastat. Tyto situace jsou zkoumány například PEST analýzou, SWOT analýzou nebo metodou 4C, které budou popsány dále v kapitole. (12)

Makrookolí ovlivňuje několik základních faktorů a to: (13)

- makroekonomické okolí (míra inflace, úrokové míry),
- technologické okolí (technický vývoj),
- demografické okolí (stáří populace, vzdělání populace),
- ekonomické, politické a legislativní okolí (zákony, nařízení),
- sociální okolí (změna chování zákazníka),
- světové okolí (epidemie, jiné světové katastrofy).

1.5.1 PEST analýza

Vyhodnocuje politické (P), ekonomické (E), sociálně-kulturní (S) a technologické (T) faktory. V průběhu let investoři přihlíží na různé aspekty a podle nich se rozhodují, kam a do čeho investují své finanční prostředky. PEST analýzu zpracovávají převážně velké podniky, které zvažují investice v řádech milionů až miliard korun. Pro takové firmy je důležitá politická situace země, do které investují. Kromě politické situace musí podnik pohlížet i na daňové zatížení dané země nebo například na dostatek pracovní síly (sociální faktor). (12)

1.5.2 Metoda 4C

Písmena C vyjadřují v anglickém jazyce customers, country, costs a competitors, tj. zákazníci, národní specifika, náklady, konkurence. Analýza metodou 4C se využívá, pokud má podnik ve své strategii expandovat na zahraniční trh. (12)

V **mikrookolí** se vyhodnocují analýzy odvětví, ve kterém firma provozuje svoji činnost, a konkurenčního prostředí. Do této kategorie spadá významná analýza konkurenčních sil, a to Porterův model pěti sil, který je zaměřen na zkoumání a vyhodnocení vlivů, které ovlivňují výnosnost podniku v odvětví. Vnitřní analýza podniku vyhodnocuje, jak je podnik schopný čelit konkurenci a celkovému okolí podniku a jakou má výhodu oproti konkurenci. Na podnik působí mnoho vlivů a subjektů, kterým většinou vedení musí vyjít vstříc. Okolí podniku je zachyceno na Obrázek 3. (12)



Obrázek 3: Okolí podniku.

(zdroj: Finance podniku: Podnik a jeho poslání, Žižlavský Ondřej)

1.5.3 Porterův model pěti sil

Model založený na zkoumání pěti sil, které mohou působit na firmu ve formě hrozeb nebo příležitostí. Složení sil je následující: (13)

- riziko od potenciálních konkurentů, kteří teprve chtějí vstoupit na trh, při vstupu musí překonat bariéry odvětví, které s sebou nesou vyšší náklady,
- konkurenční souboj o počet zákazníků, počet nákupů, o cenu,
- smluvní síla kupujících hodnotí možnost, zda si zákazníci mohou koupit produkt jinde nebo si ho vyrobit sami,

- smluvní síla dodávajících je za podmínek malého výběru dodávaných substitutů, velkého počtu dodavatelů,
- riziko substitučních produktů způsobuje nejčastěji konkurenční boj o cenu.

Interní analýza

Interní analýza studuje silné a slabé stránky a snaží v nich najít konkurenční výhodu. Mezi výhody se řadí nejčastěji majetek, kterým firma disponuje a umí ho řádně využít, a to zejména majetek nehmotný (licence, patenty), který nelze napodobit. Další výhodou mohou být schopnosti specializovaných pracovníků. Pro střední a malé podniky existuje Model tvorby konkurenční výhody. (13)

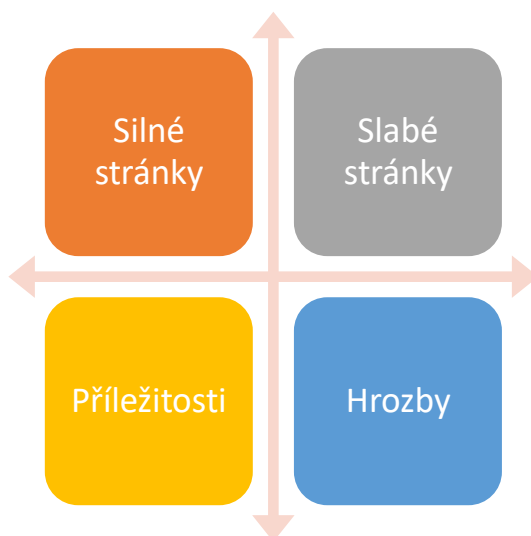
1.5.4 Model tvorby konkurenční výhody

Model vypichuje hlavní charakteristiky podniku a objasňuje, kde vzniká mezera pro inovace. Proces tvoří tyto položky: (13)

- strategický rámec – strategický plán pro nejvíce prospěšné zdroje,
- činitel změny – činitelem mohou být zaměstnanci, kteří navrhnou, v čem vidí výhodu oproti konkurenci,
- externí síť – malé firmy často spolupracují ve skupině s ostatními firmami,
- interní síť – týkají se komunikace a spolupráce uvnitř firmy,
- flexibilita organizace – malé firmy se mnohem rychleji přizpůsobí změně trhu,
- inovace – ve formě nového výrobku, stroje,
- konkurenční výhoda – výsledek celého procesu.

1.6 SWOT analýza

Analyzuje silné (S) a slabé (W) stránky podniku a příležitosti (O) a hrozby (T), kterým subjekt musí čelit z mikro i makro prostředí. Cílem je vyhledávat příležitosti, které podnik může využít pro svůj prospěch a vývoj a vyhnout se případným hrozbám. Příležitosti se mohou změnit v hrozby, proto musí být podnik schopný vyhodnotit situaci, která by mohla nastat a to velmi důkladně. SWOT analýza vychází ze závěrů předchozích analýz, a proto se nezahrnuje do mikro nebo makro okolí. Pro sestavení této analýzy je čteně využíván následující diagram na Obrázek 4. (12)



Obrázek 4: Diagram SWOT analýzy.

(zdroj: Strategická analýza., Sedláčková Helena a Karel Buchta)

Silné stránky a příležitosti mají pomoci úspěšně dosáhnout cíle, slabé stránky a hrozby jsou pro podnik škodlivé. Silné a slabé stránky vychází z vnějšího okolí a příležitosti a hrozby z externího okolí podniku. (12)

1.7 Marketing

Marketingový mix je soubor nástrojů, které umožňují podnikateli ovlivnit poptávku po svém produktu. Nástroje jsou celkem 4 – produkt, cena, komunikace, distribuce. Marketingový mix je nazýván také 4P, kdy písmeno P označuje jednotlivé nástroje v anglickém jazyce – product, price, promotion, place. Podnikatelé využívají nástroj 4P pro určení preferencí zákazníků, a to buď na začátku podnikání, při rozvoji již stávajícího podniku nebo pokud chtějí optimalizovat svou výrobu. (14)

V následujících kapitolách budou jednotlivé nástroje popsány.

1.7.1 Product

Pod tento nástroj spadají veškeré specifikace produktu, který podnik nabízí – design, kvalita, značka, vlastnosti a další. Aby byl produkt úspěšný, je nutné přihlížet na životní cyklus jednotlivých produktů a vědět, jak se výrobek v jednotlivých částech cyklu bude chovat. (14)

1.7.2 Price

Při sestavení ceny je důležité přihlížet k částce, kterou je zákazník ochoten za daný produkt zaplatit. Pod nástroj ceny spadá i stanovení slevy, bonusů a dalších cenových výhod. Prodejce si ovšem musí důkladně rozmyslet, na jaký produkt a jak velkou slevu určí. Existují produkty, na které by se sleva vztahovat neměla, jelikož ovlivňuje kvalitu zboží v očích zákazníka. (14)

1.7.3 Promotion

V pořadí třetím nástrojem je komunikace, která zahrnuje formu propagace nebo také veřejné vztahy s okolím. Cílem komunikace je vnuknout zákazníkům proč daný produkt potřebují

a proč by ho měli koupit za stanovenou cenu. Chytře promyšlená a lákavá reklama prodá mnohem více, než by se dalo očekávat. (14)

1.7.4 Place

Podstatnou součástí marketingového mixu je určení distribučních cest sortimentu. Cílem distribuce je dostat produkty včas před zákazníky, u kterých se očekává koupě. (14)

Komunikační mix

Marketingový mix 4P je nastaven z pohledu prodejce. Aby bylo možné porozumět přáním zákazníka, byl sestaven komunikační mix 4C, kde písmena C označují:

- přání a potřeby zákazníka,
- náklady zákazníka,
- dostupnost,
- komunikace. (14)

V Tabulka 1 je uvedeno porovnání marketingového a komunikačního mixu.

Tabulka 1: 4P vs. 4C.

(zdroj: Kotler Philip)

Marketingový mix (4P)	Komunikační mix (4C)
Produkt (product)	Potřeby a přání zákazníka (customers needs and wants)
Cena (price)	Hodnota pro zákazníka (customer's value)
Komunikace (promotion)	Komunikace (communication)
Distribuce (place)	Dostupnost (convenience)

1.8 Majetek podniku a jeho financování

Majetková a kapitálová struktura podniku představuje rozvahu, kterou sestavuje účetní jednotka k určitému datu. Na levé straně rozvahy je zachycena majetková struktura, tedy aktiva a na pravé straně kapitálová struktura, pasiva. Aktiva představují majetek, který podnik vlastní a pasiva zdroje, které byly potřeba k získání majetku. Při tomto pohledu na majetek mluvíme o bilančním principu, kdy se aktiva rovnají pasivům. (15)

Tabulka 2: Rozvaha

(zdroj: vlastní zpracování)

Aktiva	Pasiva
Dlouhodobý majetek	Vlastní kapitál
Dlouhodobý nehmotný majetek	Základní kapitál
Dlouhodobý hmotný majetek	Ážio a kapitálové fondy
Dlouhodobý finanční majetek	Fondy ze zisku
	Výsledek hospodaření
Oběžná aktiva	Cizí zdroje
Zásoby	Rezervy
Pohledávky	Závazky
Krátkodobý finanční majetek	
Peněžní prostředky	
Časové rozlišení aktiv	Časové rozlišení pasiv

Při rozhodování o vhodném financování je vhodné dodržovat „zlaté pravidlo financování“, které říká, že by splatnost zdrojů měla odpovídat živostnosti majetku. Jinými slovy jde o to, aby například zakoupený stroj měl delší životnost, než je doba splatnosti závazku. (16)

1.8.1 Majetková struktura podniku

Podle doby, po kterou slouží majetek v podniku rozlišujeme dlouhodobý a krátkodobý majetek. Dlouhodobý majetek (DM) je charakteristický tím, že je v podniku déle než 1 rok a je stálý. DM není pořizován za účelem dalšího prodeje, spíše slouží k vytvoření produktů, ze kterých má podnik zisk. Existují 3 skupiny DM: (15)

- nehmotná aktiva (nehmotný majetek),
- hmotná aktiva (hmotný majetek),
- finanční aktiva (finanční majetek).

Nejčastější položkou u téměř většiny podniků je dlouhodobý hmotný majetek. Vzniká koupí, vytvořením vlastní činností, darováním, leasingem nebo převodem. Takový majetek se postupně opotřebovává a znehodnocuje, zejména se jedná o budovy, stavby, stroje, dopravní prostředky. Za dlouhodobý hmotný majetek se také považuje pozemek, na kterém stojí budova nebo například umělecká díla – zde nedochází k znehodnocení. Movitým majetkem se rozumí majetek, se kterým lze pohybovat, naopak s nemovitým hýbat nelze. Dlouhodobý majetek přenáší svou hodnotu ve formě odpisů do nákladů. Pořízení dlouhodobého hmotného majetku je strategickým rozhodnutím, které je důležité si promyslet, protože majetek v podniku slouží mnoho let. (15)

Dlouhodobý nehmotný majetek označuje různá oprávnění, licence, software, obchodní značku firmy nebo také goodwill (dobré jméno firmy, zkušenosti zaměstnanci). Dlouhodobý finanční majetek jsou podíly, akcie nebo dluhopisy nakoupené za účelem dlouhodobé investice. Za dlouhodobý majetek se také považují náklady příštích období, což mohou být zřizovací náklady u a.s. nebo náklady na výzkum a vývoj. (15)

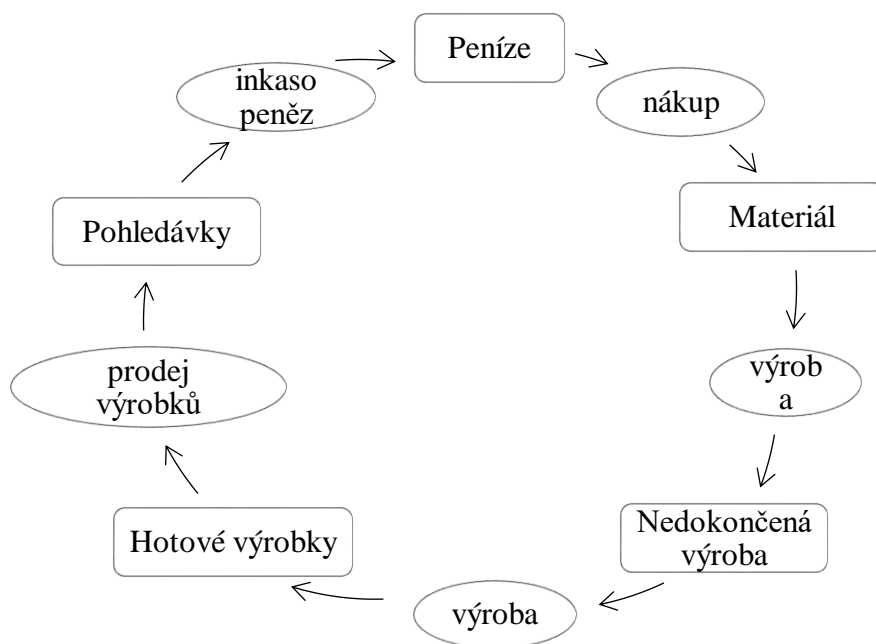
Krátkodobý majetek neboli oběžná aktiva má různé formy – zásoby materiálu, nedokončená výroba, hotové výrobky, peněžní prostředky ve formě peněz v pokladně a na bankovních účtech, pohledávky ve formě neuhrazených faktur nebo vůči zaměstnancům a krátkodobý finanční majetek (krátkodobé cenné papíry). Z názvu „oběžný majetek“ lze poznat, že jednotlivé formy se přetvářejí v jiné (viz. Obrázek 5). (15)

Rychlost, jakou se materiál přeměňuje zpět na peníze umožňuje podniku splácet jeho závazky vůči dodavatelům – čím rychleji, tím lépe. Kdyby podnik neměl peněžní prostředky na úhradu svých závazků, musel by využít k úhradě ostatní oběžná aktiva nebo i stálá aktiva. Schopnost přeměnit aktiva na peněžní prostředky umožňuje likvidnost

majetku. Nejvíce likvidní jsou peníze, nejméně dlouhodobý majetek (budovy, stroje). Schopnost podniku uhradit své závazky v nejbližší době nazýváme likvidita podniku a vyjadřuje se pomocí poměrových ukazatelů – stupně likvidity, kde v čitateli uvádíme jednotlivá aktiva a ve jmenovateli krátkodobé závazky vč. krátkodobých úvěrů. Pokud podnik není schopen hradit své závazky v termínech, dostává se do platební neschopnosti. Vysoká likvidita snižuje riziko platební neschopnosti, ovšem nadbytečné peníze v pokladně nebo na bankovních účtech ztrácí svou hodnotu. Důležité je tedy stanovit optimální výši oběžného majetku. (15)

Podle toho, zda podnik vlastní převážně dlouhodobý majetek nebo krátkodobý rozlišujeme dva typy podniku:

- investičně intenzivní – elektrárny, teplárny,
- provozně intenzivní – obchodní podniky, potravinářské podniky, banky.



Obrázek 5: Koloběh oběžných aktiv.

(zdroj: Manažerská ekonomika, Synek Miloslav)

1.8.2 Kapitálová struktura podniku

Jak již bylo zmíněno, kapitálovou strukturu podniku představují v rozvaze pasiva a vyjadřují, jak podnik získal majetek. Vlastní kapitál vkládá do podniku zakladatel nebo zakladatelé, cizí kapitál poskytuje věřitel, nejčastěji banka. Velikost celkového kapitálu závisí na mnoho faktorech, zejména na velikosti podniku, na použití techniky, rychlosti obratu kapitálu nebo na odbytu. (15)

Pokud má podnik více kapitálu, než potřebuje, je překapitalizován. U akciové společnosti to znamená, že bylo vydáno více akcií, než může být efektivně využito a akciová společnost nebude schopna generovat takový zisk, aby akcionáři dostali požadovanou dividendu. Naopak pokud je kapitálu málo, je podnik podkapitalizován, což způsobuje poruchy chodu podniku, nejčastěji k tomuto dochází, když se podnik rozrůstá a zadlužuje se u svých dodavatelů. Potřebné množství kapitálu se stanovuje v počátcích vzniku podniku v zakladatelském rozpočtu. (15)

1.8.2.1 Vlastní kapitál

Vlastní kapitál je ukazatelem finanční nezávislosti podniku. Nejedná se o stálou výši, v průběhu podnikání se výše mění v závislosti na výsledku hospodaření – zvyšuje se nebo se snižuje. Tvoří ho peněžité i nepeněžité vklady a je to rozdíl mezi skutečnou hodnotou aktiv, které podnik vlastní, a skutečnou hodnotou dluhů. Vlastní kapitál se dělí na základní kapitál, kapitálové fondy, fondy ze zisku, nerozdělený zisk a odpisy. Je to interní zdroj financování. (15)

Základní kapitál

Jak již bylo zmíněno, základní kapitál je povinný u společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, jeho výše se zapisuje do obchodního rejstříku. (17)

Zvýšení základního kapitálu u obchodních společností se provádí novými peněžními nebo nepeněžními vklady společníků nebo se převede nerozdělený zisk. Pokud by podnik potřeboval snížit svůj základní kapitál, může jen do výše, kterou udává zákon. Důvodem ke snížení základního kapitálu může být například ztráta, na jejíž úhradu nemá podnik dostatek finančních prostředků v rezervním fondu. (15)

Kapitálové fondy

Vznikají při vkladů společníků nad rámec základního kapitálu nebo při změně ocenění majetku. Nejčastěji vznikají u akciových společností, kde tvoří emisní ážio – rozdíl mezi jmenovitou hodnotou akcie a jejím emisním kursem. Emisní kurs je částka, za kterou společnost prodává akcie. (18)

Fondy ze zisku

Tvoří se povinně ze zákona nebo na základně stanov společnosti. Kryjí nečekané ztráty, které mohou vzniknout v průběhu podnikání. Mají stanovený účel, který musí být dodržen. Vznikají ze zisku po zdanění, který se nerozdělí mezi společníky ve formě podílů. (15)

Nerozdělený zisk

Zisk, který produkuje firma se zdaní a poté může nebo nemusí být rozdělen mezi společníky. Pokud rozdělen není, změní se v nerozdělený zisk a tvoří se z něj rezervní fondy (interní zdroj). Nerozděleným ziskem z minulých let se hradí ztráta běžného účetního období nebo ztráta z minulých let, která nebyla uhrazena. (15)

Odpisy

Odpisy představují postupně rozpuštěné náklady dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku (interní zdroj). Jsou to nepeněžní náklady, jelikož nejde o výdaje, ale o náklady. Souhrn provedených odpisů se nazývá oprávky. Oprávky představují znehodnocení majetku během jeho životnosti. Po odečtení opravek od pořizovací ceny majetku nám vyjde zůstatková cena. Existují dva druhy odpisů, a to účetní a daňové. Účetní vyjadřují skutečné opotřebení majetku, daňové odpisy zkreslují a jsou účtovány do nákladů, vychází ze zákona o daních z příjmů. (2)

1.8.2.2 Cizí zdroje

Jedná se o dluhy, které musí podnik k určitému datu splatit. Rozlišujeme krátkodobý a dlouhodobý cizí kapitál a rezervy. Krátkodobý je poskytován na 1 rok a zahrnuje závazky splatné do jednoho roku – bankovní úvěry, úvěry za dodej zboží od dodavatele, závazky od odběratelů na zboží, faktoring, závazky vůči zaměstnancům ve formě nevyplacených mezd, neuhrazené daně aj. (2)

Mezi dlouhodobé cizí zdroje patří hypotéka, termínované půjčky, emitované obligace podniku, forfaiting, leasing, rezervy, rizikový kapitál aj. (2)

Jedná se o externí zdroje financování.

Krátkodobé bankovní úvěry

Pro poskytnutí úvěru by měl podnik splňovat následující požadavky: (19)

- trvalé bydliště a občanství v České republice,
- kladný výsledek hospodaření,
- nemít závazky na finančním úřadu, na správě sociálního zabezpečení a na zdravotním pojištění.

Nejznámější typy úvěrů: (15)

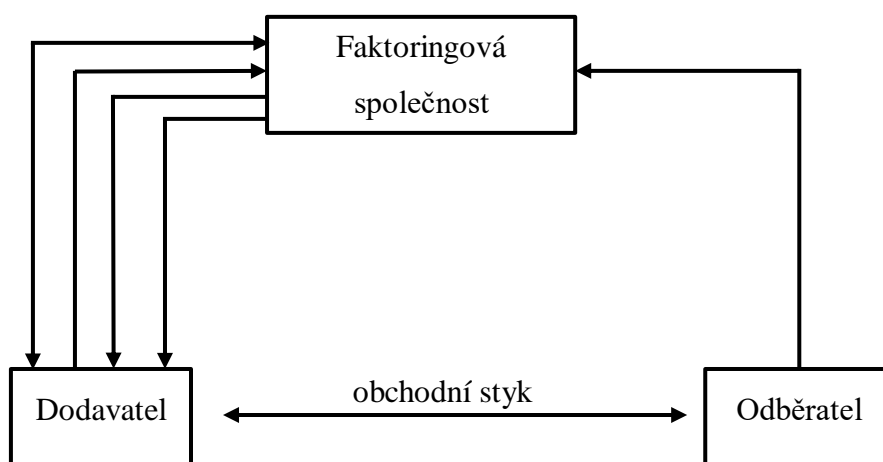
- kontokorentní úvěr – vhodné pro podniky, kde se nejdříve platí závazky a až poté dochází k příjmu za prodané výrobky či služby, oproti kontokorentu na běžném účtu je zde možné čerpat vysoké částky,
- provozní úvěr – slouží k úhradě provozních potřeb jako je nákup materiálu apod.
- investiční úvěr – k pořízování investic v podobě hmotného či nehmotného majetku,
- krátkodobá bankovní půjčka,
- revolvingový úvěr (opakuje se, k financování oběžného majetku),
- lombardní (zajištěn movitou zástavou),
- hypoteční úvěr (zajištěn nemovitostí),
- eskontní úvěr – odkup směnek bankou.

Úvěr z obchodních vztahů

Vzniká na základě kupní smlouvy mezi podnikem a dodavatelem, která je poskytovatelem úvěru. Podnik u dodavatele nakupuje zboží a služby na dluh. V podstatě jde o zakoupení zboží nebo služeb na fakturu, kdy při dřívějším splacení je možné, aby dodavatel poskytl odběrateli slevu na celý nákup. Do zaplacení celé částky zůstává předmět úvěru ve vlastnictví dodavatele. Do úvěrů z obchodní vztahů spadají i zálohy přijaté od odběratelů. (2)

Faktoring a forfaiting

Faktoring – zabývá se prodejem krátkodobých pohledávek společnosti jako je banka nebo přímo faktoringová společnost. Po prodeji pohledávky z obchodního styku získá podnikatel okamžitě peníze. Prodejem pohledávky se podnikatel zbavuje rizika, že mu tuzemský nebo zahraniční odběratel neuhradí fakturu označenou cesní klauzulí nebo mu to nedovolí nedostatek finančních prostředků. Faktoringová společnost zasílá podnikateli okamžitě až 90 % z hodnoty faktury a po splacení dodavatelem zasílá zbytek částky. Postoupit pohledávku je podle Zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník (nový) možné i bez vědomí dlužníka. Princip fungování faktoringu je zobrazen na Obrázek 6. (20)



Obrázek 6: Princip faktoringu.
(zdroj: Mareš Stanislav)

- 1 – dodavatel uzavírá smlouvu s faktoringovou společností
- 2 – zaslání zboží odběrateli s fakturou označenou cesní klauzulí
- 3 – postoupení pohledávky faktoringové společnosti
- 4 – vyplacení části fakturované částky dodavateli
- 5 – splacení faktury odběratelem
- 6 – doplatek dodavateli od faktoringové společnosti

Druhy faktoringu: (20)

- tuzemský
 - regresní – nejvíce používaný typ, faktoringová společnost posílá zálohy na pohledávky před splatností, po uplynutí splatnosti předává postoupenou pohledávku zpět dodavateli, který nese riziko nesplacení ze strany odběratele,
 - bezregresní – jedná se o faktoring s pojištěním, který je dražší,
- exportní – pro dodavatele, kteří dodávají zboží a služby do zahraničí, pro ochranu faktoringové společnosti je nabízen převážně v bezregresní formě,
- importní – faktoringová společnost přebírá riziko nesplacení faktury českým odběratelem od zahraničního dodavatele,
- zjevný – odběratel je o postoupení objednávky informován,
- skrytý – odběratel není o postoupení objednávky informován.

Cenu za služby faktoringové společnosti určuje úroková sazba, která je podobná sazbám kontokorentních úvěrů a faktoringový poplatek, který tvoří procento z nominální hodnoty pohledávky. Výhodou faktoringu je rychlé získání peněžních prostředků, dodavatel se nemusí zabývat upomínáním a vymáháním pohledávky a faktoringová společnost posuzuje důvěryhodnost odběratele, pro odběratele je výhodou prodloužení doby splatnosti závazku a jistota dodání zboží. (20)

Forfaiting – prodej střednědobých nebo dlouhodobých pohledávek specializované společnosti – forfaitérovi – před splatností. Pohledávka musí být zajištěna – zajištěním pohledávky vstupuje do vztahu další subjekt a to banka (směnkou, úrokem z prodlení, bankovní zárukou), mít splatnost více než 90 dnů a být ve vyšší nominální hodnotě. Forfaiting se většinou používá u zahraničních obchodů. Cena se skládá z poplatků a diskontu – snížená nominální hodnota pohledávky. (20)

Druhy forfaitingu: (20)

- zahraniční – zabývá se pohledávkami vůči zahraničním odběratelům
 - vývozní,
 - dovozní,
 - finanční.

Výhodou pro dodavatele je rozšíření odbytu do zahraničí, pro export zboží není nutné brát si úvěr. Velkou nevýhodou jsou ovšem vysoké náklady. (20)

Faktoring i forfaiting se řadí mezi externí zdroje financování.

Hypoteční úvěr

Pokud podnik požádá o hypoteční úvěr, pak musí být bezztrátový, nemít nesplacené dluhy na sociální a zdravotním pojištění a vyšší základ daně, aby byl schopný hypoteční úvěr splácet – vhodné využít skutečné výdaje než paušální. Podnikatel dokládá k získání úvěru daňové priznání, obor a dobu podnikání, roční obrát. Živnostenskou hypotéku lze využít na stavbu, nákup nebo koupi nemovitostí, kde bude podnik působit. (21)

Hypoteční banka poskytuje pouze určité procento z celkové částky nemovitosti, většinou je to kolem 80 %. Úroková míra u hypotéky pro firmu bývá zpravidla vyšší než u běžné hypotéky na bydlení a výše poskytnuté hypotéky je často neomezená. (21)

Obligace

Osoba, která si zakoupí obligace podniku, jinak řečeno dluhopisy, má zajištěnou pravidelnou výši finančních prostředků, které jsou uvedeny na dluhopisu, a to s úrokem a k danému datu. Dluhopisy jsou státní, které mají nižší úrokový výnos, ale nesou menší riziko, které je spojeno s případným bankrotem státu. Dalším druhem jsou podnikové dluhopisy (externí zdroj financování), které mají naopak vyšší výnos ale i vyšší riziko a poslední druhem jsou komunální dluhopisy, které vydává město, obec nebo kraj a ručí za něj majetkem obce nebo města.

Leasing

Kromě toho, že si začínající či již založený podnik může hmotný majetek koupit, tak také může využít služeb leasingové společnosti a majetek si pronajmout. Na nákup majetku je potřeba mít dostatek peněžních prostředků, zatímco leasing funguje na principu splátek, tudíž šetří hotovost a snižuje riziko z opotřebování a stárnutí majetku – pro nájemce je leasing daňově výhodnější a splátky se účtují do nákladů (u operativní od začátku a u finančního, pokud trvá leasing alespoň 60 měsíců). Leasing má i svá negativa, a to především ve vysokých poplatcích, které se hradí pronajímateli pravidelně, a leasingovou marži. Nejznámější jsou dva druhy leasingu, a to operativní a finanční: (15)

- operativní – jinými slovy provozní leasing, u kterého zůstávají povinnosti na straně pronajímatele (opravy, udržování); po uplynutí smlouvy se majetek vrací zpět k pronajímateli, jde tedy o krátkodobý pronájem,
- finanční – jinými slovy kapitálový, který trvá delší dobu, opravy a náklady na údržbu má na starosti nájemce a po skončení smlouvy majetek přechází k nájemci formou odkupu za zůstatkovou cenu.

Dalším druhem je zpětný leasing, kdy podnik prodá leasingové společnosti/pojišťovně/bance majetek, který vlastní, a zpětně si ho pronajímá. Leasingový podnájem funguje tak, že pronajímatel pronajme nájemci majetek a nájemce ho pronajme třetí osobě a sdílí spolu podnájem. (22)

Rezervy

Rezervy jsou vytvářeny na krytí očekávaných nákladů, které proběhnou v budoucnosti a ovlivnily by výsledek hospodaření. Snižují výsledek hospodaření, protože se rovnoměrně účtují do nákladů. V roce, kdy je rezerva vyčerpána, dochází i k uskutečnění důvodu, proč byla rezerva vytvořena. (23)

Rozlišují se dva druhy rezerv:

- zákonné – tvorba nebo zrušení ovlivňuje základ daně a podléhají Zákonu č. 593/1992 Sb., o rezervách (24)
 - bankovní rezervy – banky vytváří rezervy ve výši maximálně 2 % na poskytnuté bankové záruky za úvěr, který banka poskytl,

- rezervy v pojišťovnictví – technické rezervy se vytvářejí k vyrovnání závazků z provozované pojišťovací nebo zajišťovací činnosti, kdy je nejistá její výše nebo okamžik, kdy vznikne (25),
- rezervy na opravu hmotného majetku – vytvářet rezervu na opravu je možné, pokud doba odpisování je více než pět let, nelze využít rezervu na opravy majetku, které se opakují každý rok, jde o technické zhodnocení nebo pokud je nutná oprava vzniklá v důsledku škody nebo nahodilé události (24),
- účetní – vytvoření snižuje výsledek hospodaření, čerpání snižuje náklady (26)
 - jsou tvořeny individuálně na specifické případy,
 - upraveny směrnicemi účetní jednotky,
 - tvoří se na základě akruálního principu (27) a zásady opatrnosti.

Rizikový kapitál

Další z externích zdrojů financování má dvě formy: (16)

- venture capital – poskytuje se malým a středním podnikům, které chtějí expandovat, ale nemají přístup na kapitálový trh, venture kapitáloví investoři vidí potenciál v podnicích, které klasičtí investoři odmítají, protože jsou rizikové
 - kromě investice do expandujících podniků, je venture capital také používán pro financování upadajícího podniku, který má kvalitní program znovu růstu nebo pro začínající podniky na vývoj produktu, průzkum trhu,
 - ...
- obchodní andělé – představují bohaté občany, kteří chtějí investovat do začínajících podniků (start-up) nebo do podniků, které jsou na začátku svého vývoje, stávají se spolujemiteli.

1.9 Finanční analýza

Finanční analýza je rozbor minulosti, současnosti a odhad budoucnosti finančního hospodaření podniku. Zkoumá finanční zdraví podniku ve všech oblastech jeho působení, pomáhá identifikovat největší problémy podniku, ale i jeho silné stránky a pomáhá nalézt způsoby pro zlepšení. Analýza připravuje podklady pro budoucí rozhodování podniku.

Zdrojem pro finanční analýzu se stávají nejen účetní výkazy (rozvaha, výkaz zisků a ztrát, výkaz cashflow), výroční zprávy nebo údaje z manažerského účetnictví ale také statistické údaje o konkurenci.

Analýza se používá pro rozvržení změn struktury kapitálu, kterým podnik disponuje nebo má v plánu si ho pořídit. Finanční analýza posuzuje stavové, rozdílové a tokové ukazatele, poměrové ukazatele, Altmanův index finančního zdraví, Du Pont vzorec a další.

Stavové veličiny zahrnují horizontální a vertikální analýzu aktiv a pasiv. U horizontální analýzy se provádí navíc analýza výkazu zisků a ztrát. Horizontální část porovnává jednotlivé položky účetních výkazů za určitá období v nějaké časové řadě po řádcích rozvahy, dále se určují vývojové trendy. Je potřeba mít k dispozici delší časovou řadu údajů

a vyloučit případné náhodné a mimořádné vlivy. Vertikální část je založena na procentním rozboru finančních výkazů. Vyčísluje procentuální podíl položek na celku (například podíl jednotlivých položek majetku na celkových aktivech). Stejně jako u horizontální analýzy je dobré pracovat s delší časovou řadou. (2)

Rozdílové ukazatele: (2)

- čistý pracovní kapitál – představuje část oběžného majetku, která je financovaná z dlouhodobého kapitálu,
- čisté pohotové prostředky – vypočítají se jako rozdíl pohotových peněžních prostředků (peníze v pokladně, na bankovních účtech) a okamžitě splatných závazků,
- čistý peněžní majetek – z oběžných aktiv se při výpočtu vylučují zásoby.

Tokové ukazatele: (2)

- cash-flow – výnosnost vlastního a cizího kapitálu, rentabilita obratu, ..
- tržby,
- náklady,
- zisk a přidaná hodnota.

Poměrové ukazatele: (2)

- ukazatele aktivity – obrat aktiv, závazků a pohledávek,
- ukazatele likvidity – okamžitá, pohotová, běžná,
- ukazatele zadluženosti – celková zadluženost, koeficient samofinancování, úrokové krytí, doba splácení dluhu,
- ukazatele rentability – rentabilita investic, rentabilita vlastního kapitálu, rentabilita tržeb.

2 Analýza současné situace

Nově vznikající restaurace SandBag se bude nacházet v blízkém centru města Pardubic, kde se pohybuje velké množství lidí. Cena nabízených produktů, sendvičů a baget, by se měla odvíjet od ekonomické situace nejen v Pardubickém kraji, ale také v celé České republice. Jelikož budou zakládající členové restaurace nezkušení, je potřeba mít zastoupení odpovědného zástupce, který bude splňovat právní podmínky.

V analytické části této práce bude zpracována PEST analýza, Porterův model pěti sil a na závěr SWOT analýza.

2.1 PEST analýza

Úvod do PEST analýzy je uveden v kapitole 1.5.1. Nadále budou rozepsány faktory, které analýza vyhodnocuje.

Politické – pro každý podnik, ať už začínající nebo plně fungující a prosperující, je nutné a zákonem stanovené řídit se určitou legislativou. Jedním z politicko-legislativních faktorů je Zákon č. 65/2017 Sb., který pojednává o ochraně před škodlivými účinky návykových látek – cigaret, alkoholu. Dalším důležitým faktorem je zákon o poskytnutí informací o potravinách (alergeny), tento faktor určuje nařízení Evropské unie č. 1169/2011 nebo Zákon č. 112/2016 Sb. o evidenci tržeb.

Ekonomické – ekonomické faktory tvoří převážně inflace, hrubý domácí produkt nebo úroková míra.

Sociálně-kulturní faktor zahrnuje pohlaví obyvatelstva, jeho věk nebo nezaměstnanost. Ke konci roku 2020 se v Pardubicích nacházelo 91 755 obyvatel, z toho přibližně 16 000 studujících osob. (28)

Technologické faktory mohou vypomoci rychlejšímu růstu podniku a zkvalitnění služeb. Pokud podnik splňuje všechny legislativní podmínky a bude připraven na změnu ekonomických faktorů, může začít s podnikáním. S technologickými faktory souvisí obnovování zařízení restaurace dle aktuální situace na trhu.

2.2 Porterův model pěti sil

Popis analýzy uveden v kapitole 1.5.3.

2.2.1 Konkurenční boj

Jak již bylo zmíněno, konkurencí jsou dva podniky, a to Bageterie Boulevard a Subway. V Pardubicích se nachází pouze Bageterie Boulevard, která je vzdálená přibližně do 1 km.

2.2.2 Hrozba vzniku substitutů

Pro restauraci prodávající sendviče a bagety je jedinou konkurencí prodávající substituty Bageterie Boulevard. V okolí restaurace se nachází pouze supermarket Billa, která má velmi omezený výběr, a to pouze ze sortimentu baget a také obchodní centrum Atrium Pardubice, kde jsou umístěny fastfoody. Nejčastěji se v obchodních řetězcích vyskytují produkty od společnosti Crocodile Fresh Company, která ovšem nemá žádnou pobočku, pouze výrobní středisko.

2.2.3 Smluvní síla kupujících

V dnešní době stále stoupá počet obyvatel, kteří si nechtějí nebo nemají čas vařit doma. Při rozhodování, kde si zakoupit jídlo rozhodují velmi často recenze, které se dají lehko dohledat. Častým jevem jsou zkreslené recenze, které vychází z omylu nebo nedopatření. Pro začínající restauraci je vhodné „být viděn“ – strategické umístění prodejny na rušné ulici nebo v jejím okolí.

2.2.4 Smluvní síla dodávajících

Ovlivňuje ceny poskytovaných produktů, v této oblasti podnikání je mnoho dodavatelů, kteří nabízejí služby potřebné pro chod restaurace, nebude tudíž problém najít cenově nejvhodnějšího dodavatele.

2.3 SWOT analýza

Základní charakteristika SWOT analýzy je uvedena v kapitole 1.6.

Tabulka 3: SWOT analýza.
(zdroj: vlastní zpracování)

SILNÉ STRÁNKY „strong“	<ul style="list-style-type: none">• Malá konkurence• Zkušená odpovědná osoba• Předmět podnikání• Dopravní dostupnost
SLABÉ STRÁNKY „weakness“	<ul style="list-style-type: none">• Nový podnik• Nízká zkušenost majitelů v podnikání
PŘÍLEŽITOSTI „opportunities“	<ul style="list-style-type: none">• Růst tržeb• Růst firemní značky• Nově nabízené produkty
HROZBY „threats“	<ul style="list-style-type: none">• Rozšíření služeb konkurence• Špatné recenze• Časté změny zákonů a legislativy

Silné stránky tvoří především malá konkurence, která je pouze v podobě jedné prodejny, která nabízí poloviční sortiment a zkušené odpovědné osoby.

Mezi slabé stránky patří jednoznačně skutečnost, že se jedná o nově vzniklý podnik, který nemá stálou klientelu a majitelé nejsou zkušení v podnikání.

Strava tvoří nedílnou součást našich životů a spousta lidí si oblíbila systém take-away obchodů, kdy si jídlo zakoupí a mohou si ho sníst kdekoliv. Při nově vzniklém podniku nastává spousta situací, které je potřeba vylepšit a které mohou ovlivnit vnímání zákazníka. Než se takové situace vyřeší, mohou být hrozbou.

2.4 Analýza trhu

K vyhodnocení tržní situace byl rozeslán dotazník 60 respondentům, jehož vyhodnocení bude rozebráno v této kapitole.

Na základě provedeného šetření bylo zjištěno, že hlavní preferencí při výběru restaurace je jednoznačně kvalita jídla (29,5 %) a prostředí (25,9 %). S kvalitou jídla souvisí možnost výběru pečiva z více druhů, pro kterou hlasovala většina dotazovaných (83,3 %). V současné době jsou velmi populární restaurace formou take-away, kdy si zákazník jídlo zakoupí a odnesou si ho s sebou, pro tuto možnost hlasovalo 87 % dotazovaných. Pro objednání přes objednávací panely hlasovalo 51,9 %. Téměř 70 % respondentů je ochotno utratit za oběd nebo večeři v rozmezí 101 až 200 Kč. Přes 40 % potencionálních zákazníků ovlivňuje reklama na sociální platformě Instagram, kde se nejčastěji vyskytují příspěvky ve fotografií pokrmů nebo prostředí restaurace. Vzhled pokrmu je také nejvíce volený u otázky, jaký typ reklamy zákazníka nejvíce zaujme (36,9 %). Z dotázaných 60 respondentů jich 20 uvedlo, že se nejméně jednou týdně stravují v restauraci. Na základě recenzí od svého okolí si vybírá určitou restauraci pouze 9,8 % dotazovaných.

3 Vlastní návrhy a řešení

Následující kapitoly se věnují samotnému podnikatelskému plánu, a to založení společnosti s ručením omezeným. Předmětem podnikání je poskytování hostinských služeb ve formě prodeje sendvičů a baget. Podnik by se měl nacházet v blízkosti centra Pardubic. Prvním bodem je rozhodnutí majitele o právní formě podnikání.

3.1 Právní forma podnikání

V teoretické části byly popsány rozdíly mezi podnikáním fyzické a právnické osoby. Pro účely této práce byla vybrána forma kapitálové společnosti, a to společnost s ručením omezeným. Důvodem je omezené ručení do výše nesplaceného vkladu. Jedinou nevýhodou oproti podnikání na základě živnostenského oprávnění je dvojí zdanění, a to ve výši 19% daně z příjmu a dále 15% srážkové daně z rozděleného zisku majitelům. Zakládající členové nemají dostatečnou praxi v oboru, a proto pro potřeby získání živnostenského oprávnění na hostinskou činnost bude stanoven odpovědný zástupce.

Pro potřeby této bakalářské práce je společnost založena dvěma subjekty, a to subjektem A

a subjektem B. Popis založení společnosti se nachází v kapitole 1.4.2.1. V Tabulka 4 jsou uvedeny poplatky, které musí být zaplacený před zápisem do obchodního rejstříku. Jelikož by se firma měla nacházet v Pardubicích, bylo pro potřeby získání živnosti přihlédnuto k ceníku města. (29)

Tabulka 4: Ceník poplatků při založení s.r.o.

(zdroj: vlastní zpracování dle průzkumu trhu)

Druh poplatku	Cena (Kč)
Ověření u notáře	4000-8000
Živnostenské oprávnění	1000

Jakmile je podnikatel zapsaný na příslušných úřadech, může začít se svou činností. Důležitou součástí podnikatelského plánu je najít vhodné místo, kde se bude nacházet prodejna. Pro účely této práce budou srovnávány čtyři prostory v blízkém okolí centra města. Srovnání je uvedeno v Tabulka 5.

Tabulka 5: Přehled obchodních prostor.

(zdroj: vlastní zpracování dle průzkumu realitního trhu)

Prostor	Druh	Výměra	Cena	Adresa	Další informace
A	pronájem	195 m ²	72150 Kč/měsíc	Na Spravedlnosti 2913	Sociální zázemí
B	pronájem	180 m ²	37500 Kč/měsíc	Labský Palouk 495	V bytovém domě
C	pronájem	53 m ²	11125 Kč/měsíc	Pod Vinicí	Sociální zázemí, parkování
D	pronájem	60 m ²	12000 Kč/měsíc	Smilova	Sociální zázemí, sklad

Prostor A se nachází v prostorech nově postaveného bytového komplexu. Dostupnost je poměrně nevyhovující, jelikož v oblasti není dostatek parkovacích míst. Plocha je nabízena ve formě pronájmu, měsíční cena je vysoká, pro začínající podnik nevyhovující. Výhodou by mohla být výměra, která činí 195 m².

Prostor B se nachází dále od centra města, avšak jeho dostupnost je stále vynikající. Prostor se nachází v bytovém domě a dříve byl využíván jako prodejna s elektro zbožím, místo je pro účely fastfoodu nevyhovující. Výměra je podobná jako u prostoru A.

Prostor C nabízí kromě nižšího nájmu oproti dvěma předcházejícím prostorům výhodu ve formě sociálního zázemí pro zákazníky a možnosti parkování, ale pouze na parkovací kartu, což představuje zbytečné náklady podnikatele navíc. Výměra je podstatně menší nežli u prostoru A nebo B, ale vzhledem k tomu, že se v podniku nebude nacházet příliš zařízení, je výměra dostačující.

Ze všech možností nejlépe vyhovuje prostor D, který se nachází v centru města. Prostory jsou po rekonstrukci, zahrnují sociální zázemí a sklad. Měsíční cena nájmu 12 000 Kč je adekvátní celkové výměře 60 m².

3.2 Základní údaje o společnosti

Nově založený podnik s názvem **SandBag** se bude nacházet v těsné blízkosti centra města Pardubice, a to na adrese Smilova 307. Společníky budou objekt A a B s počátečním vkladem 300 000 Kč za každého. Provozovatelem restaurace bude objekt C, který má živnostenské oprávnění.

Restaurace bude nabízet sendviče a bagety, které si zákazník bude moci sestavit sám na dotykových objednávacích panelech nebo si bude moci vybrat ze stálé nabídky.

V průběhu provozování činnosti by se nabídka mohla rozšířit i na tematickou nabídku.

Tabulka 6: Základní údaje o společnosti.

(Zdroj: vlastní zpracování)

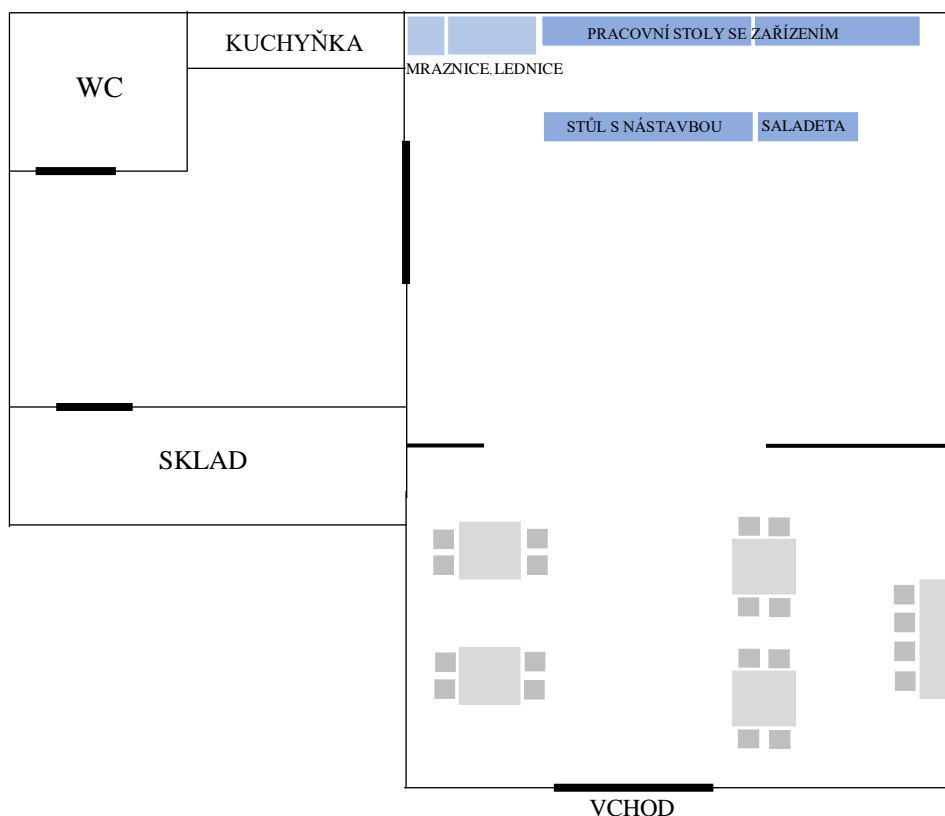
Název společnosti	SandBag s.r.o.
Název restaurace	SandBag
Právní forma	Společnost s ručením omezeným
Sídlo	Smilova 307, 53002 Pardubice - Zelené předměstí
Základní kapitál	600 000 Kč
Předmět podnikání	Hostinská činnost

3.2.1 Vybavenost restaurace

Čerstvé pečivo se zajišťuje rozpékáním v horkovzdušných pecích. Polotovary se skladují v mrazáku nebo lednici. Pro uchování zeleniny a dalších přídavných surovin se využívá gastrónadob, které jsou umístěné tak, aby zákazník viděl, z čeho se produkt připravuje. Gastrónadoby jsou umístěné v chladicím stole a ve chladicí nástavbě. Suroviny jako jsou uzeniny, sýry se budou zpracovávat na řemínkovém stroji, který bude také viditelně umístěn. Zákazníci si budou moci koupit masové i bez masové produkty. Pro zpracování masa bude využita grilovací plotna a fritéza. V Tabulka 7 jsou uvedeny průměrné pořizovací ceny jednotlivých strojů a počet kusů. Přibližná celková cena zařízení činí 347 870 Kč.

Tabulka 7: Ceník zařízení.
(zdroj: vlastní zpracování)

Název stroje	Počet kusů	Cena (Kč/ks)	Celková cena (Kč)
Mraznice	2	26 000	52 000
Lednice	1	53 000	53 000
Chladicí stůl „saladeta“	1	28 000	28 000
Chladicí nástavba	1	12 000	12 000
Nářezový řemínkový stroj	2	8 000	16 000
Horkovzdušná pec	2	50 000	100 000
Grilovací plotna	1	14 000	14 000
Fritéza	1	8 000	8 000
Gastronádoba	-	-	-
• 1/1	3	500	1 500
• 1/4	7	250	1 750
• 1/6	3	250	750
Víko na gastronádoby	-	-	-
• 1/1	3	290	870
• 1/4	7	100	700
• 1/6	3	100	300
Nerezový pracovní stůl	-	-	-
• 180 cm	2	12 000	24 000
• 120 cm	1	11 000	11 000
Dotykový monitor	2	12 000	24 000



Obrázek 7: Půdorys prodejny.
(zdroj: vlastní zpracování)

Na Obrázek 7 lze vidět půdorys restaurace. Ve vstupní části bude zřízeno zázemí pro zákazníky. K dispozici budou 4 stoly se 4 židlemi v prostoru zázemí a jeden podlouhlý stůl situovaný u okna, směrem do ulice. V Tabulka 8 je uveden rozpočet na vybavení nábytkem. Ceny jednotlivých kusů nábytku jsou odhadnuty na základě průzkumu trhu a celkem činí 34 300 Kč.

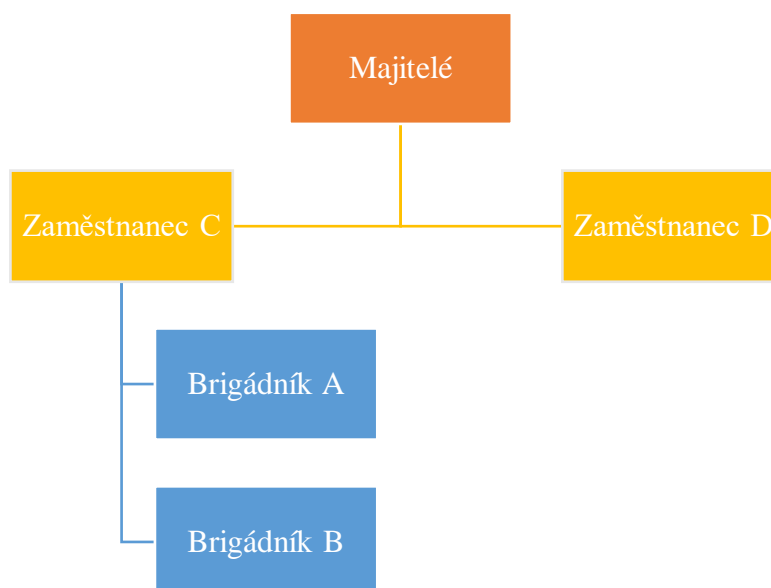
Tabulka 8: Průměrné ceny nábytku.
(zdroj: vlastní zpracování dle průzkumu trhu)

Typ nábytku	Počet kusů	Cena (Kč/ks)	Celková cena (Kč)
Čtyřmístný jídelní set	4	7 000	28 000
Barový stůl	1	3 500	3 500
Barové židle	4	700	2 800

Počáteční výdaje za založení společnosti, pořízení vybavení a nábytku činí 382 170 Kč.

3.3 Organizační struktura restaurace

Pro začínající podnik není potřeba velké množství zaměstnanců. Na Obrázek 8 je vyznačena organizační struktura restaurace.



Obrázek 8: Organizační struktura společnosti.
(zdroj: vlastní zpracování)

Celý provoz budou mít na starosti dva zaměstnanci na hlavní pracovní poměr. Dle organizační struktury bude mít zaměstnanec C úvazek ve formě supervizora. Bude mít tedy větší pravomoci, než zaměstnanec D.

Provozní doba restaurace bude pondělí až neděle od 10 hodin ráno do 21 hodin večer. Zaměstnanci na hlavní pracovní poměr se budou střídat po osmi-hodinových směnách. Ranní směna od 10:00 do 18:00 a odpolední od 13:00 do zavírací doby. Zaměstnanci na dohodu o provedení (DPP) práce budou docházet na výpomoc, a to každý den v době od 11:00 do 16:00, jelikož se dá očekávat, že v této době bude nejvíce objednávek. Platové podmínky jsou uvedeny v Tabulka 9.

Tabulka 9: Platové podmínky zaměstnanců a brigádníků.
(zdroj: vlastní zpracování)

Pracovník	Pracovní doba	Mzda
Zaměstnanec C	10:00-18:00, 13:00-21:00	25 000 Kč/měsíc
Zaměstnanec D	10:00-18:00, 13:00-21:00	22 000 Kč/měsíc
Zaměstnanec DPP	11:00-16:00	120 Kč/hodina

Zaměstnanci C a D budou mít ve své náplni práce, kromě přípravy pokrmů, zaškolení a dohlížení na zaměstnance na DPP, plnit úkony určené majiteli jakožto zaměstnavateli, starat se o drobnou administrativu, objednávat potřebné suroviny a dohlížet na celkový provoz a vybavení restaurace. Zaměstnanec C bude mít navíc na starosti plánování směn brigádníků a kontrolu odpracovaných hodin.

Brigádníci budou plnit úkoly zadané zaměstnancem C, případně po předchozí domluvě zaměstnancem D.

3.4 Marketing

K dosažení stanovených marketingových cílů je použit nástroj marketingový mix, viz kapitola 1.7.

Produkt – cílem restaurace je nabízet plněné bagety a sendviče z rozpékaných baget/sendvičů s čerstvou zeleninou a dalšími přídatnými surovinami. Pečivo bude na výběr z několika druhů mouky (pšeničná, celozrnná, fit pečivo), kvalitní uzeniny a sýry zajistí chutné produkty a čerstvá zelenina osvěží celý pokrm.

Cena – při stanovení ceny se bude přihlížet k preferencím zákazníků, k cenové nabídce konkurence a k ziskovosti restaurace. Stálí zákazníci mají možnost založit si slevovou kartu, na kterou se budou sbírat body z nákupu a následně mohou použít nasbírané body k úhradě.

Komunikace – pro začínající podnik je vhodné zřídit si webové stránky, stránku na platformě Facebook nebo Instagram, které jsou v dnešní době velice populární. Na webových stránkách by restaurace měla zveřejnit jídelní a případně nápojový lístek, otevírací dobu, platební možnosti a základní údaje o restauraci. Na instagramovém účtu by se nacházely fotografie prostor a připravených jídel. Před restaurací by měl být vhodně umístěn reklamní poutač.

Distribuce – restaurace se bude nacházet v ulici Smilova, která je souběžná s hlavní třídou města Pardubic (Třída Míru). V blízkosti se nachází nákupní centrum, autobusové a trolejbusové zastávky, obchody. Parkovací místa jsou v blízkosti restaurace pouze pro držitele parkovacích karet, nicméně k provozovně je velice dobrá dostupnost pěšky.

3.5 Financování

Majitelé disponují celkovým základním kapitálem 600 000 Kč. Počáteční výdaje na založení společnosti s ručením omezeným jsou ve výši od 4 000 Kč do 8 000 Kč. Stroje a vybavení restaurace jsou v částce 382 170 Kč. Po uhrazení všech počátečních výdajů zůstane majitelům 217 830 Kč. Nevyužité peněžní prostředky uloží majitelé na bankovní účet a budou použity pro případné opravy, pro prvotní nákup surovin a vyplacení mzdy zaměstnancům.

Majitelé se shodli na koupi služebního automobilu pro rozvoz jídla. Rozhodují se, u které banky bude nejvýhodnější si vzít úvěr ve výši 300 000 Kč.

Tabulka 10: Srovnání bankovních úvěrů.

(zdroj: vlastní zpracování dle bankovních kalkulaček)

	Banka			
	ČSOB	Česká spořitelna	Komerční banka	mBank
Výše úvěru (Kč)	300 000	300 000	300 000	300 000
Splatnost	48 měsíců	48 měsíců	48 měsíců	48 měsíců
Úroková sazba (% p.a.)	6,9	5,7	6,69	7,9
Měsíční splátka (Kč)	5 158	7 000	7 248	7 310
Požadavky	daňové přiznání	bez doložení daňového přiznání	daňové přiznání	daňové přiznání

Z uvedené Tabulka 10 lze vidět, že nejvýhodnějším produktem je úvěr od banky České spořitelny, který nabízí při splácení 48 měsíců úrokovou sazbu 5,7 % p.a. Splátkový kalendář je uveden v Tabulka 11.

Tabulka 11: Splátkový kalendář.
(zdroj: vlastní zpracování dle (30))

Rok	Období	Splátka	Úrok	Úmor	Zůstatek úvěru
2021	1	7 004	1 425	5 579	294 421
	2	7 004	1 398	5 606	288 815
	3	7 004	1 372	5 632	283 183
	4	7 004	1 345	5 659	277 524
	5	7 004	1 318	5 686	271 838
	6	7 004	1 291	5 713	266 125
	7	7 004	1 264	5 740	260 385
	8	7 004	1 237	5 767	254 618
2022	9	7 004	1 209	5 795	248 823
	10	7 004	1 182	5 822	243 001
	11	7 004	1 154	5 850	237 151
	12	7 004	1 126	5 878	231 273
	13	7 004	1 099	5 905	225 368
	14	7 004	1 070	5 934	219 434
	15	7 004	1 042	5 962	213 472
	16	7 004	1 014	5 990	207 482
	17	7 004	986	6 018	201 464
	18	7 004	957	6 047	195 417
	19	7 004	928	6 076	189 341
	20	7 004	899	6 105	183 236
2023	21	7 004	870	6 134	177 102
	22	7 004	841	6 163	170 939
	23	7 004	812	6 192	164 747
	24	7 004	783	6 221	158 526
	25	7 004	753	6 251	152 275
	26	7 004	723	6 281	145 994
	27	7 004	693	6 311	139 683
	28	7 004	663	6 341	133 342
	29	7 004	633	6 371	126 971
	30	7 004	603	6 401	120 570
	31	7 004	573	6 431	114 139
	32	7 004	542	6 462	107 677
2024	33	7 004	511	6 493	101 184
	34	7 004	481	6 523	94 661
	35	7 004	450	6 554	88 107
	36	7 004	419	6 585	81 522
	37	7 004	387	6 617	74 905

2025	38	7 004	356	6 648	68 257
	39	7 004	324	6 680	61 577
	40	7 004	292	6 712	54 865
	41	7 004	261	6 743	48 122
	42	7 004	229	6 775	41 347
	43	7 004	196	6 808	34 539
	44	7 004	164	6 840	27 699
	45	7 004	132	6 872	20 827
	46	7 004	99	6 905	13 922
	47	7 004	66	6 938	6 984
	48	7 017	33	6 984	0

Úvěr ve výši 300 000 Kč bude splácen po dobu 48 měsíců. Měsíční výše splátky je stanovena fixně a to na 7 004 Kč při roční úrokové sazbě 5,7 % p.a. Dle splátkového kalendáře je poslední splátka ve výši 7 017 Kč z důvodu zůstatku způsobeného zaokrouhlením. Celkové roční platby, které jsou složeny ze splátky úvěru a úroků jsou zobrazeny v Tabulka 12.

Tabulka 12: Roční platby úvěru.
(zdroj: vlastní zpracování)

	2021	2022	2023	2024	2025	Celkem
Celková roční platba	56 035	84 052	84 052	84 052	28 017	336 207
Roční splátka úmoru	45 382	71 382	75 559	79 978	27 686	299 987
Roční splátka úroků	10 650	12 666	8 489	4 070	330	36 205

V návrhové části byla vybrána právní forma podnikání, a to společnost s ručením omezeným se základním kapitálem 600 000 Kč. Se založením tohoto typu podnikání se pojí poplatky, které je nutné uhradit, a to ověření u notáře ve výši 4 000 Kč až 8 000 Kč a založení živnosti v částce 1 000 Kč. Dále byla věnována pozornost výběru obchodních prostor. Vybrána byla prodejna D ve Smilově ulici s měsíční nájmem 12 000 Kč. Dalším bodem byl výběr zařízení restaurace, jehož přibližná cena činila 347 870 Kč. Na základě průzkumu trhu byl sestaven rozpočet na vybavení restaurace, a to v hodnotě 382 170 Kč. Vybavení restaurace zahrnuje vybavení kuchyně a nábytek do zázemí restaurace. V restauraci budou pracovat dva zaměstnanci na hlavní pracovní poměr a dva zaměstnanci na dohodu o provedení práce. Na základě marketingového průzkumu byl

sestaven vhodný marketingový mix 4P. Na nákup služebního automobilu byl vybrán úvěr od České spořitelny ve výši 300 000 Kč s úrokovou sazbou 5,7 % p.a. při splácení 48 měsíců.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo sestavení podnikatelského plánu na založení společnosti s ručením omezeným, nesoucí název SandBag s.r.o. Předmětem podnikání je hostinská činnost – prodej plněných baget a sendvičů.

První část tvořila teoretická východiska týkající se popisu podnikatelského plánu, základních pojmů a typologie podniku. V teoretické části byly uvedeny druhy podnikání fyzické osoby a právnické osoby. Popsány byly osobní a kapitálové společnosti i s jejich základní charakteristikou. Teoretická část pokračovala popisem analýzy podniku, která zahrnuje PEST analýzu, Metodu 4C, Porterův model pěti konkurenčních sil, SWOT analýzu a úvod do marketingu a marketingového mixu.

Analytická část obsahovala analýzy z praktického hlediska. V PEST analýze byly uvedeny některé příklady faktorů, které ovlivňují fungování a prosperitu podniku. Byly také představeny silné a slabé stránky podniku a jeho příležitosti a hrozby.

Třetí část byla sestavena z vlastních návrhů a řešení. V úvodu této kapitoly byl sestaven rozpočet na nákup vybavení, strojů a nábytku restaurace. Uvedeny byly základní informace o podniku, jako základní kapitál a předmět podnikání. Dále byl proveden průzkum volných prostor, které byly vhodné pro provoz restaurace. Vybraný prostor vyhovoval velikostí, umístěním i cenou. V závěru této kapitoly byl vypočítán splátkový kalendář na nákup automobilu v hodnotě 300 000 Kč pro potřeby podnikání.

Vzhledem k nynější situaci COVID-19 se předpokládá obnova ekonomiky a společně s tím i zájem o volná pracovní místa, které nově založený podnik nabízí. Během koronavirové krize, kdy byly zavřené obchody, se rozmohlo mezi obyvateli objednávání jídla přes donáškové služby. Z tohoto důvodu je pořízení služebního automobilu nutností.

Seznam použité literatury

- (1) HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace* [online]. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016 [cit. 2021-01-10]. ISBN 978-80-262-0982-9.
- (2) SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.
- (3) 455/1991 Sb. Živnostenský zákon. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2010-2021 [cit. 2021-01-18]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>
- (4) 89/2012 Sb. Občanský zákoník (nový): § 1879. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2021 [cit. 2021-01-28]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#cast4>
- (5) Finanční řízení. *Management consulting* [online]. [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <http://www.management-consulting.cz/cz/financni-rizeni>
- (6) SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonomy*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0413-0.
- (7) ŽIŽLAVSKÝ, Ondřej. *Finanční zdroje podniku: Volba struktury [přednáška]*. [Brno].
- (8) *Daň z přidané hodnoty: ... : redakční uzávěrka ..* [online]. Ostrava: Sagit, 2005 [cit. 2021-01-10]. ÚZ. ISBN 978-80-7488-445-0.
- (9) 90/2012 Sb. Zákon o obchodních korporacích. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2021 [cit. 2021-01-19]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>
- (10) Postup založení s.r.o. 2021 ve 4 jednoduchých krocích. Co budete potřebovat?. *Finanční magazín, půjčky, spoření, pojištění | Maxi Finance* [online]. 2021 [cit. 2021-02-16]. Dostupné z: <https://www.maxifinance.cz/postup-zalozeni-sro-2018-ve-4-jednoduchych-krocich-co-vse-budete-potrebovat/>

- (11) KOPŘIVA, Jan. *Občanské, obchodní a pracovní právo: Akciová společnost [přednáška]*. [Brno], 2020.
- (12) SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza* [online]. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006 [cit. 2021-01-10]. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9367-1.
- (13) SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie* [online]. Praha: Grada, 2011 [cit. 2021-01-10]. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- (14) KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání* [online]. Praha: Grada, 2007 [cit. 2021-04-10]. ISBN 978-80-247-1545-2.
- (15) SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika* [online]. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011 [cit. 2021-04-20]. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.
- (16) KARAS, Michal. *Finance podniku: Externí zdroje financování podniku [přednáška]*. [Brno].
- (17) 304/2013 Sb. Zákon o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob: § 48. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2021 [cit. 2021-01-27]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2013-304>
- (18) Ostatní kapitálové fondy | Daně, účetnictví, právo, práce a mzdy pro profesionály. *Daně, účetnictví, právo, práce a mzdy pro profesionály* [online]. 2021 [cit. 2021-01-27]. Dostupné z: <https://www.du.cz/33/ostatni-kapitalove-fondy-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4EsF3KWTpMZ6L-RwhBOXZcJI/>
- (19) Cizí kapitál, cizí zdroje, závazky (Liabilities, Liability). *Sociální síť pro business - ManagementMania.com* [online]. © 2011-2016 [cit. 2021-01-27]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/cizi-zdroje-kapital>
- (20) MAREŠ, Stanislav. *Zdroje financování podniku*. Vyd. 2. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2008. Eupress. ISBN 978-80-86754-12-3.
- (21) Hypotéka pro firmy. *Články a informace o hypotečních úvěrech* [online]. 2021 [cit. 2021-01-27]. Dostupné z: <https://www.banky.cz/clanky/hypoteka-pro-firmy/>
- (22) Typy leasingu a způsoby jeho účtování. *Informace pro účetní a podnikatele* [online]. 2014 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/ucetnictvi/typy-leasingu-a-zpusoby-jeho-uctovani/>

- (23) Rezervy. *Otevřená škola* [online]. 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <https://www.oalib.cz/openschool/mod/book/tool/print/index.php?id=2085>
- (24) 593/1992 Sb. Zákon o rezervách pro zjištění základu daně z příjmů. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-593>
- (25) 277/2009 Sb. Zákon o pojišťovnictví: § 52. *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění* [online]. 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2009-277>
- (26) Rezervy - Účetní průvodce MáDati. *Nakladatelství Sagit, a.s.* [online]. Sagit, a.s., 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: <https://www.madati.cz/info/delfinheslatxt.asp?cd=218&typ=r&levelid=REZERVY.HTM>
- (27) Aktuální princip. *Nakladatelství Sagit, a.s.* [online]. Sagit, a.s., 2021 [cit. 2021-01-29]. Dostupné z: https://www.madati.cz/info/delfinheslatxt.asp?cd=218&typ=r&refresh=yes&levelid=AKR_PRIN.HTM
- (28) Český statistický úřad [online]. 2021 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/domov>
- (29) Jaká je výše správních poplatků vyměřovaných živnostenským úřadem?. *Pardubice.eu* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné z: <https://www.pardubice.eu/urad/konik/zivnostensky-urad/zivnostenske-podnikani/jaka-je-vyse-spravnich-poplatku-vymerovanych-zivnostenskym-uradem/>
- (30) PLOTTOVÁ, Sylvia. *Bankovní produkty a služby: [cvičení]*. Brno, 2021.

Seznam obrázků

Obrázek 1: Základní typologie podniku v ČR.	21
Obrázek 2: Proces strategického plánování.	28
Obrázek 3: Okolí podniku.	30
Obrázek 4: Diagram SWOT analýzy.....	32
Obrázek 5: Koloběh oběžných aktiv.	37
Obrázek 6: Princip faktoringu.....	41
Obrázek 7: Půdorys prodejny.....	56
Obrázek 8: Organizační struktura společnosti.	57

Seznam tabulek

Tabulka 1: 4P vs. 4C.	34
Tabulka 2: Rozvaha.....	35
Tabulka 3: SWOT analýza.....	50
Tabulka 4: Ceník poplatků při založení s.r.o.	52
Tabulka 5: Přehled obchodních prostor.....	53
Tabulka 6: Základní údaje o společnosti.	54
Tabulka 7: Ceník zařízení.	55
Tabulka 8: Průměrné ceny nábytku.....	56
Tabulka 9: Platové podmínky zaměstnanců a brigádníků.	57
Tabulka 10: Srovnání bankovních úvěrů.....	59
Tabulka 11: Splátkový kalendář.	60
Tabulka 12: Roční platby úvěru.	61